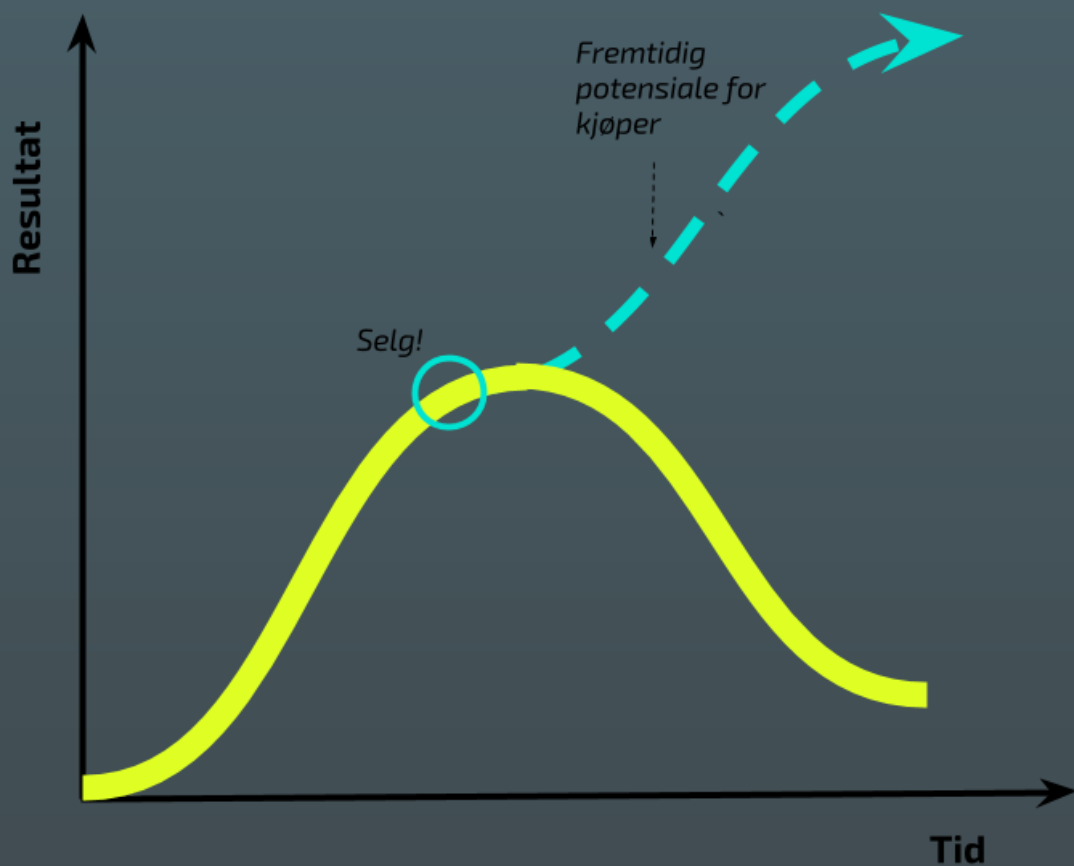


# SELG BEDRIFT

MED ELLER UTEN MEGLER!

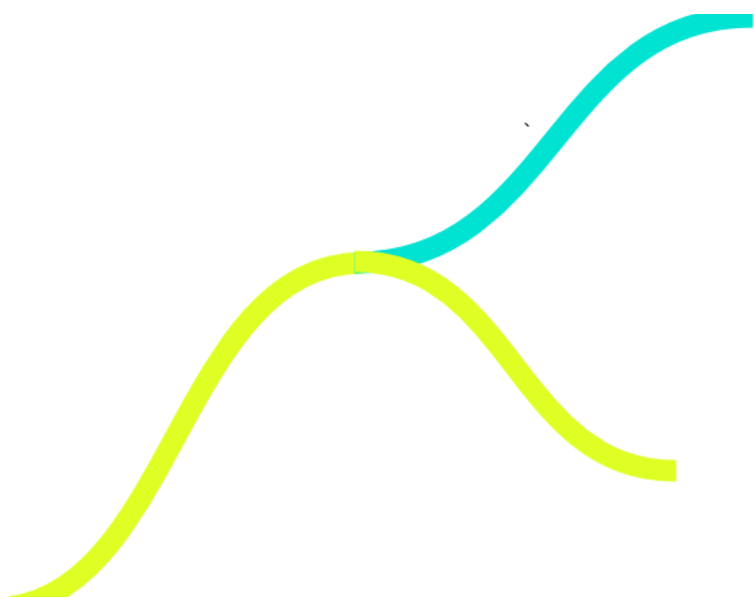


unngå de vanligste tabbene

## GRATIS GUIDE

Smarte bedriftseiere sikrer formuen - LÆR HEMMELIGHETENE

# INNHOOLD



01

## 3 GREP SOM ØKER VERDIEN

3 faktorer som medfører at kjøper vil betale en god pris

02

## VIS FREMTIDIG POTENSIAL

Kjøpere analyserer fremtidig potensial og kontantstrøm

03

## SMART EXITPROSESS

Gode salgsprosesser skaper verdi

04

## REDUSER KJØPERS RISIKO

Kjøpere liker ikke risiko!

05

## PLAN FOR BEDRIFTSSALGET

Ikke utsett. Start nå. Lag en plan

# 1/ GREP FOR MAKS VERDI

Hva gir høy salgsverdi?



**Alt for mange SMB-eiere oppnår ikke den prisen de fortjener når livsverket selges. De siste 10 årene har vi i Eierskiftesenter møtt flere tusen SMB-eiere i eierskiftesituasjoner. Gründere som skaper verdier for samfunnet, er våre helter. Nedenfor noen tips til deg:**

- Vis fremtidig potensial for aktuelle kjøpere
- Lage en smart exitprosess
- Reduser kjøpers risiko

Mange selgere finner ikke den kjøperen som evner å høste den høyeste synergiværdien. Prisen blir derfor lavere enn den kunne blitt. I mange tilfeller er det også en ubalanse i forhandlingene i kjøpers favør. Årsaken til dette kan være at selger har lite erfaring med salg av bedrift. Derimot har kjøperne ofte erfaring i oppkjøp. I denne guiden får du tips for hvordan selger kan sikre en tilnærmet balansert prosess. Dette øker salgsverdien for selger.

# 2/ VIS FREMTIDIG POTENSIAL

**Kjøper, kjøper alltid for fremtiden. Den absolutt viktigste jobben er å bringe de "riktige" kjøperne til forhandlingsbordet.**

**Essensen i selgers jobb er å identifisere og forklare potensielle kjøpere, hvorfor de skal kjøpe bedriften.**

**Budene vil ofte variere med flere hundre prosent. Begrunnelse for dette er: kjøpers muligheter til å høste potensiale er vidt forskjellig! Se bedriften fra kjøpers perspektiv, identifiser synergieffekter og tenk globalt. Nedenfor noen eksempler på hvordan du kan identifisere riktig kjøper.**

- Kjøpers motivasjon for oppkjøp er som regel vekst. Former for vekst kan være geografi, kunder/kontrakter, teknologi, produkter, merkevare eller folk. Kjøperen er ofte 10 ganger større enn bedriften som kjøpes
- Identifisere de kjøperne som har høyest synergieffekt.
- For et utenlandsk selskap kan Norge være et interessant land for ekspansjon!
- Lag en "kjøperliste". Start samarbeidsprosjekter med potensielle kjøpere. En kjøper som kjenner deg og din bedrift, vil oppfatte risikoen som lavere.
- Skap en robust ledelse og organisasjon som ikke er personavhengig. Gjør deg selv overflødig og sikre at organisasjonen har nødvendig kompetanse.
- Sørg for at du har et bredt kundegrunnlag som ikke er avhengig av en enkelt kunde/kontrakt, samarbeidspartner eller en enkelt leverandør. Gjenkjøp er mer verdifullt enn nysalg.
- Skap barrierer for konkurrenter gjennom patenter, merkevarer, kundeloyalitet, distribusjon og leverandøravtaler. Markedsleder i en nisje kan gi stor merverdi.
- Etabler skalerbarhet gjennom å skape systemer og rutiner som rustet deg for vekst
- Husk at hvis du oppgir en pris, kan den danne et pristak for hva du oppnår
- Historiske tall er viktige fordi de indikerer risikoen i virksomheten og hva som er mulig å få til. Men husk: kjøperen kjøper alltid det fremtidige potensialet som kan høstes. Hvilken kontantstrøm oppkjøpet skaper for kjøper, er avgjørende for prisen.

# 3 / LAG EN SMART EXITPROSESS

**Skal du selge bedriften, har du to alternativer. 1) Selge bedriften selv eller 2) engasjere en bedriftsmegler. En god salgsprosess er i seg selv verdiskapende. Den skaper konkurranse fra flere potensielle kjøpere av bedriften på samme tid. Resultat: HØYERE PRIS. NB Det er viktig å selge bedriften i tide. Mange venter for lenge**

## Selge Selv

### Selskapspresentasjon

- Vår pakke "Selge bedriften" selv sikrer deg mange interessenter samtidig som navnet på bedriften forblir anonymt
- Vi hjelper deg å lage en attraktiv selskapspresentasjon og smart markedsføring mot potensielle kjøpere
- Vi sikrer at bedriftens potensial blir tydelig for kjøperne

### Bud fra kjøpere

- Du får en liste over potensielle kjøpere av din bedrift. Listen består av de bedrifter som har høy synergiverdi ved kjøpe av din bedrift. Og ikke minst har finansielle ressurser til å betale en akseptabel pris.
- Du får tilgang til vårt system for bud som kommer inn

### Oppgjør gjennom advokat

- Kontrakten utarbeides
- Oppgjøret gjøres gjennom advokat som er spesialisert på oppgjør for salg av bedrifter

## Bedriftsmegler

- Det kan være dyrt å engasjere en bedriftsmegler. Til tross for dette kan det lønne seg hvis du velger riktig megler for deg.
- Hvilke forhold skal du vektlegge når du skal velge rådgiver? Dette vil avhenge fra sak til sak; kjemi, konsept, bransjekompetanse, medlem av et internasjonalt nettverk, erfaring er eksempler på kriterier for valg
- Kontakt oss før du velger en megler. Vi har oversikt over hvilke bedriftsmeglere du bør kontakte.

### SALGS- OG BUDPROSESS

UTSENDELSE AV TEASERE

NDA - OVERSENDELSE AV SELSKAPSPRESENTASJON

MØTER

INDIKATIVE BUD

FORHANDLINGER

AVTALE

# 4/ REDUSER KJØPERS RISIKO

**Kjøpere har som regel flere alternativer når oppkjøp vurderes. Potensialet og tilhørende risiko er to sentrale aspekter i kjøpers vurdering. En usikker potensiell kjøper, vil ofte søker andre alternativer. Det er derfor viktig å redusere kjøpers oppfatning av risiko. Ulike kjøpere har ulike oppfatninger av risiko. Ved å halvere kjøpers avkastningskrav, dobler du selskapsverdien.**

**Risiko for en hendelse = sannsynligheten for hendelsen \* konsekvenser av denne. Det er viktig å være åpne og ærlig, også om svakheter.**

Nedenfor har vi listet opp noen typiske risikofaktorer sett fra kjøpers ståsted:

- Risiko knyttet til selgeren. Er selgeren troverdig? Kan man stole på den informasjonen som blir gitt?
- Organisasjon og ledelse. Hvor robust er organisasjonen når noen slutter. Er det systemer som sikrer stabil drift?
- Finansiell risiko. Selskapets soliditet, likviditet, økonomistyring, lånerammer og betalingshistorikk er sentrale punkter. Er selskapet tilstrekkelig forsikret?
- Teknologi. Den teknologiske risikoen har økt betydelig de siste årene. Utviklingen går mye raskere nå. Evner bedriften å henge med?
- Marked, produkt, renome. Hvordan vil salget utvikle seg for bransjen og produktene. Er det vanskelig å etablere seg for nye konkurrenter? Mange bransjer opplever i dag ny konkurranse fra aktører som benytter nettet på nye måter. Har bedriften evnen til å tilpasse seg raskt, et godt brand og lojale kunder? Kan nye lover og regler endre markedsutsiktene?
- Leverandører og produksjon. Avhengighet av en eller få leverandører og samarbeidspartnere øker risikoen. Er produksjonsutstyr i orden og vedlikeholdt. Har selskapet investert tilstrekkelig for fremtiden?
- Tvister, krav, forpliktelser. Er det pågående konflikter? Hvilke ansvar har bedriften påtatt seg? Rydd opp i alle former for tvister og krav som kan skremme kjøpere.

# PRIS & FINANSIERING

## EKSEMPEL

### Prisberegning av bedriften

Driftsresultat (snitt)	1 000 000
Multipel	4
Selskapsverdi (multipelverdi)	4 000 000
Kjøpers synergi	500 000
Budprosess (flere kjøpere)	500 000
<b>Pris for selskapet</b>	<b>5 000 000</b>
<hr/>	
- netto gjeld	1 000 000
- normalisert arbeidskapital	100 000
<b>Pris for aksjene</b>	<b>3 900 000</b>

### Finansiering

Pris for aksjene	3 900 000
Egenkapital	1 500 000
Lån Bank/Innovasjon Norge	1 500 000
Selgerkreditt	900 000
<b>Sum finansiering</b>	<b>3 900 000</b>

# 5/ DIN PLAN FOR SALGET

Lag en plan



***Ikke utsett planlegging av salget. Kom i gang nå slik at du kan bestemme når salget skal skje. Det er en fordel å selge i gode tider. Da er det optimisme hos kjøperne og de får oppkjøpslån i banken. Nedenfor noen innspill til din plan:***

- Lag liste over potensielle kjøpere av bedriften
- Situasjonsanalyse av bedriften og deg selv. Hva er ditt mål og hva dine alternativer? Hva er best for bedriften, hva er best for deg og familien?
- Hvilke avklaringer må gjøres og hvem kan bistå i dette arbeidet?
- Verdivurdering av bedriften. Skal bedriften selges nå eller det det rom for verdiøkende tiltak? Hva driver verdi og hva reduserer verdi i ditt tilfelle? Plan for hvordan verdien skal økes
- Påfyll av kompetanse innenfor salg av bedrift. Hvor kan du lære mer? Hva er de vanligste fallgruvene?
- 

**Lykke til! SE HER**



# VURDERER DU Å SELGE BEDRIFT?

## VÅRT TEAM BISTÅR DEG MED:

- Lage liste over potensielle kjøpere av bedriften.
- Digital markedsføring av bedriften
- Automatisert buds-system for innkomne bud og kommunikasjon med budgivere
- Selskapspresentasjon og program for å selge bedriften selv
- Salgscoaching - hvordan du oppnår en god pris for bedriften
- Verdivurdering av bedriften
- En verdig og god Exit prosess som sikrer videre utvikling av ditt livsverk



## VÅRT TEAM OG NETTVERK:

- Advokater
- Økonomer
- Coacher
- Bedriftsmeglere
- Bedriftseiere
- Investorer
- Internasjonale søkeragenter for kjøp og salg av bedrifter



Kari Bærvahr, siv øk



Geir Samdal, Msc

post@ownomics.com

**OWNOMICS**  
for eiere av bedrifter